

**CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR FARMACEUTICO EN EL VALLE DEL
CAUCA**



ANGELICA MARIA VELEZ TORRES

Código: 2050289

LINA MARIA MORA VASQUEZ

Código: 2050281

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE MERCADEO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
SANTIAGO DE CALI**

2010

**CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR FARMACEUTICO EN EL VALLE DEL
CAUCA**



ANGELICA MARIA VELEZ TORRES

Código: 2050289

LINA MARIA MORA VASQUEZ

Código: 2050281

**Pasantía de investigación para optar por el título de:
Mercadeo y Negocios Internacionales**

**Director:
RAFAEL ANTONIO MUÑOZ AGUILAR**

**UNIVERSIDAD AUTONOMA DE OCCIDENTE
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE MERCADEO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
SANTIAGO DE CALI**

2010

Nota de aceptación:

Aprobado por el Comité de Grado en cumplimiento de los requisitos exigidos por la Universidad Autónoma de Occidente para optar al título de Mercadeo y Negocios Internacionales.

Jurado

Jurado

Santiago de Cali, Diciembre 2010

DEDICATORIA

Este proyecto y toda nuestra carrera universitaria lo dedicamos en primer lugar a Dios, por estar a nuestro lado en todos los momentos necesarios, dándonos las fuerzas necesarias para seguir luchando día a día; también por brindarnos la sabiduría y fortaleza durante todo el proceso educativo y por ser el motor principal de nuestras vidas.

A nuestros padres por ser las personas incondicionales, que con su apoyo, amor, dedicación y esfuerzo nos ayudaron a culminar nuestros estudios profesionales.

A nuestros hermanos por apoyarnos en todo momento.

AGRADECIMIENTOS

Nuestros más sinceros agradecimientos a todos los docentes que nos transmitieron sus conocimientos durante toda nuestra carrera universitaria, dejándonos grandiosas enseñanzas de vida para seguir construyendo nuestros sueños y futuras metas.

Agradecemos especialmente a los conocimientos brindados por Rafael Antonio Muñoz, por su disposición, dedicación, paciencia y confianza durante toda la elaboración de nuestro proyecto, siendo un apoyo brindado para afianzar y enriquecer nuestros conocimientos.

CONTENIDO

Pág.

GLOSARIO	10
RESUMEN	13
INTRODUCCIÓN	14
CAPITULOS	16
1. GENERALIDADES	17
1.1 TITULO	17
1.2 PARTICIPANTE	17
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	18
2.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	20
3. OBJETIVOS	21
3.1 OBJETIVO GENERAL	21
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	21
4. JUSTIFICACIÓN	22
5. ANTECEDENTES	23
6. METODOLOGÍA	26
6.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	26
6.2. POBLACION Y MUESTRA	27
6.3. METODOS Y TECNICAS	28
7. MATRIZ DE BOSTON CONSULTING GROUP	28
8. SECTOR FARMACEUTICO EN COLOMBIA	32
8.1. ESTRATEGIAS COMPETITIVAS, NECESIDADES Y ACCIONES	33
8.2. METODOLOGÍA EN EL SECTOR FARMACÉUTICO	35
8.3. FACTORES CLAVES DE ÉXITO EN EL SECTOR FARMACEUTICO	37
8.4. TENDENCIAS QUE INFLUYEN EN EL DESARROLLO DE LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA	40
8.5. PANORAMA ECONÓMICO DE LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA	41
8.6. COMERCIO EXTERIOR	49
8.6.1. EXPORTACIONES	50
8.6.2. IMPORTACIONES	53

9. EMPRESAS REPRESENTATIVAS DEL SECTOR FARMACEUTICO	55
9.1. TECNOQUIMICAS	56
9.2. GENFAR	62
9.3. LAFRANCOL	68
CONCLUSIONES	74
RECOMENDACIONES	71
BIBLIOGRAFIA	73

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Establecimientos farmacéuticos en Colombia.	Pág.27
Tabla 2. Empresas más importantes en el sector 2006	Pág.42
Tabla 3. Producción de farmacéuticos y medicamentos en 2001	Pág.44
Tabla 4. Comportamiento trimestral del PIB por ramas de actividad económica.	Pág.49
Tabla 5. Exportaciones de laboratorios Tecnoquímicas S.A. 2009-2010, FOB US\$ millones.	Pág. 59
Tabla 6. Importaciones laboratorio Tecnoquímicas S.A. 2009-2010, FOB US\$ millones	Pág. 61
Tabla 7. Clientes clasificados por región geográfica	Pág. 63
Tabla 8. Exportaciones de laboratorios Genfar S.A. 2009-2010, FOB US\$ millones	Pág.65
Tabla 9. Importaciones de laboratorios Genfar S.A. 2009-2010, FOB US\$ millones	Pág. 66
Tabla 10. Importaciones Laboratorios Lafrancol S.A 2009, valor FOB US\$ millones	Pág. 70

LISTA DE GRÁFICOS

Grafico 1. Frecuencia de acciones por categorías DNP	Pág. 36
Grafica 2. Empleo y producción: de la cadena en la industria (1993- 2003)	Pág. 46
Grafico 3. Producto Interno Bruto 2005/I- 2010/III	Pág. 47
Grafico 4. Contribución de la industria farmacéutica al valor agregado de la industria manufacturera en Colombia	Pág. 51
Grafico 5. Exportaciones colombianas de productos farmacéuticos por partida arancelaria en el 2003	Pág. 52
Grafico 6. Principales destinos de las exportaciones colombianas de farmacéuticos en el 2003	Pág. 53
Grafico 7. Importaciones colombianas de productos farmacéuticos por partida arancelaria en el 2003	Pág. 54
Grafico 8. Principales proveedores de las importaciones colombianas de farmacéuticos en el 2003	Pág. 55
Grafico 9. Países destino exportaciones Tecnoquímicas S.A. año 2009	Pág. 70
Grafico 10. Países destino importaciones Tecnoquimicas S.A. Año 2009	Pág. 62
Grafico 11. Países destino importaciones Genfar S.A. Año 2009	Pág. 67
Grafico 12. Países destino exportaciones Genfar S.A. Año 2009	Pág. 68
Grafico 13. Países destino importaciones Laboratorios Lafrancol S.A. Año 2009	Pág. 73

GLOSARIO

En el presente proyecto se han definido los siguientes términos considerados relevantes y claves para la investigación en desarrollo, y que a continuación se definen:

COMERCIO EXTERIOR: transacciones de exportación e importación de mercancías y servicios de un país con otros países.¹

COMPETITIVIDAD: producción de bienes y servicios de mayor calidad y menor precio que los competidores domésticos e internacionales, que se traducen en beneficios para los habitantes de una nación al mantener y aumentar los ingresos reales.

DISTRIBUCION: el camino que recorren los bienes del productor al consumidor final.²

EXPORTACIONES: bienes producidos en nuestro país y vendidos en el extranjero.³

FOB (LIBRE A BORDO): término aplicado a la evaluación de los bienes puestos en el punto de embarque.⁴

IMPORTACIONES: bienes producidos en el extranjero y vendidos en nuestro país.⁵

¹ SALVADOR, Osvaldo Brand, Diccionario de Economía, Apesal, Volumen 8, Colombia 1984. P. 144

² RUGMAN, Alan M y HODGETTS, Richard M. Negocios Internacionales. Un enfoque de administración estratégica. Mc Graw Hill. Mexico . 1997. P. 681

³ WILLIAM J. Stanton, Michael j. Etzel, Bruce J. Walker, Fundamentos de marketing, 13a edición, Mc Graw Hill, Mexico, 2004,

⁴ SALVADOR, Osvaldo Brand, Diccionario de Economía, Apesal, Volumen 8, Colombia 1984. P. 367

⁵ WILLIAM J. Stanton, Michael j. Etzel, Bruce J. Walker, Fundamentos de marketing, 13a edición, Mc Graw Hill, Mexico, 2004, G-8

LOGISTICA: funciones de administración que apoyan el ciclo completo de los flujos de materiales: de compra y el control interno de los materiales de producción, a la planeación y el control del trabajo en proceso, y la compra, embarque y distribución de los productos terminados.⁶

LOGISTICA: movimiento físico del producto y la información acerca del producto para evitar la necesidad de trasladarlo.⁷

MATERIA PRIMA: sustancia que entra en la composición de los productos manufacturados o fabricados que tiene que someterse a transformación o elaboración antes de darse al consumo.⁸

MATRIZ DEL BOSTON CONSULTING GROUP (BCG): modelo de planeación estratégica que clasifica las unidades estratégicas de negocios o los productos principales de acuerdo con las participaciones de mercado y las tasas de crecimiento.⁹

MUESTRA: segmento de la población que se selecciona para que represente a toda la población en una investigación.¹⁰

PARTICIPACIÓN DE MERCADO: proporción de las ventas totales de un producto, durante un periodo declarado en un mercado específico, que es captada por una sola empresa.

⁶ WILLIAM J. Stanton, Michael j. Etzel, Bruce J. Walker, Fundamentos de marketing, 13a edición, Mc Graw Hill, Mexico, 2004, G-10

⁷ HUGHES, Mercadotecnia, Planeación estratégica, Un enfoque de administración estratégica, Addison-wesly iberoamericana, Wilmington, Delaware, USA, 1986, p.650

⁸ SALVADOR, Osvaldo Brand, Diccionario de Economía, Apesal, Volumen 8, Colombia 1984. P. 499

⁹ WILLIAM J. Stanton, Michael j. Etzel, Bruce J. Walker, Fundamentos de marketing, 13a edición, Mc Graw Hill, Mexico, 2004, G-10

¹⁰ ARMSTRONG, kotler. Marketing. Octava edición. Prentice Hall. Mexico.1999.G-8

POBLACIÓN: una población es el conjunto de todos los elementos de interés en determinado estudio. ¹¹

PRODUCTIVIDAD: relación entre lo que se produce y el recurso humano, natural y capital empleado para producirlo. Una mayor productividad en el uso de los recursos de un país es determinante para aumentar el ingreso nacional per cápita.

PRODUCTO DE CONSUMO: producto que un consumidor final adquiere para su consumo personal¹².

PRODUCTO INTERNO BRUTO (PIB): valor del mercado de todos los bienes y servicios finales producidos en un país durante un determinado periodo de tiempo.¹³

¹¹ ANDERSON, Sweeney. Williams, Estadística para Administración y Economía, Octava edición, Math Learning, México, 2005, P. 14

¹² ARMSTRONG, kotler. Marketing. Octava edición. PrenticeHall. Mexico.1999.G-8

¹³ WILLIAM J. Stanton, Michael j. Etzel, Bruce J. Walker, Fundamentos de marketing, 13a edición, Mc Graw Hill, Mexico, 2004, G

RESUMEN

La presente investigación realiza una caracterización del sector farmacéutico en Colombia y en el Valle del Cauca, abordando su comportamiento internacional, su historia a nivel nacional, centrando el análisis en tres empresas del Valle del Cauca -TECNOQUIMICAS, GENFAR, MC NAIL y LABORATORIOS LAFRANCOL, aplicando una metodología de corte descriptivo a partir del registro documental y bibliográfico.

La industria farmacéutica en Colombia se ha caracterizado por su heterogeneidad. Entre los productos que comercializa y fabrica se pueden enumerar los siguientes: antibióticos, antigripales, vitaminas, analgésicos, medicamentos para uso humano y veterinario.

En Colombia, durante las décadas de los años cuarenta y los cincuenta, se dio inicio a un fuerte proceso de desarrollo del sector farmacéutico, con la instalación de laboratorios filiales de algunas multinacionales como Abbot, Bristol Myers Squibb, Química Shering, Merck Colombia, Bayer de Colombia, Glaxo Wellcome de Colombia, entre otras. Las décadas de los años setenta y los ochenta marcaron otra etapa en la evolución del sector, caracterizada por la abundante creación de laboratorios de capital nacional como Riosol, Farmacéuticos Estelar, Casar, América y Unipharma. El ingreso de estas empresas de menor tamaño lo permitió el vencimiento de patentes, que generó un incremento en la producción de medicamentos genéricos.

Estas empresas en los últimos años han venido regionalizando su producción, con el fin de optimizar la capacidad instalada de los laboratorios y mejorar los canales de distribución. Como resultado, el sector presenta un cambio en la actividad productiva de producción a comercialización, en el cual se ubican centros de producción en ciertos países que abastecen a la región, manteniéndose en los demás empresas filiales orientadas a la comercialización.

INTRODUCCIÓN

El sector farmacéutico en Colombia empezó a desarrollarse intensivamente durante las décadas de los años cuarenta y cincuenta, como resultado de la instalación de una serie de laboratorios filiales de multinacionales como Abbot, Bristol Myers Squibb, Química Shering, Merck Colombia, Bayer de Colombia, Glaxo Wellcome de Colombia, entre otras. Posteriormente, en las décadas del setenta y ochenta, la evolución del sector tuvo como aspecto principal la creación de diversos laboratorios que funcionaban con capital nacional, como es el caso de Riosol, Farmacéuticos Estelar, Casar, América y Unipharma; un surgimiento que sin duda fue posibilitado por el vencimiento de las patentes y la consecuente generación de los medicamentos genéricos.

Finalizando el año 2010 el sector farmacéutico tiene una alta participación en la economía nacional y departamental del Valle del Cauca, donde importantes laboratorios adelantan sus actividades productivas y comerciales.

En este proyecto se realizó la caracterización del sector farmacéutico, aportando un panorama del sector desde una investigación descriptiva, a partir de los rasgos de las empresas farmacéuticas Genfar, Tecnoquímicas y Lafrancol, ubicadas en la ciudad de Santiago de Cali.

Se trata de una investigación documental que integra una caracterización en niveles cualitativos y cuantitativos, desde los actores que integran el sector, la distribución de los roles, las tendencias comerciales actuales, los retos, amenazas y posibilidades reales y potenciales, las empresas destacadas y su comportamiento comercial, así como la legislación y la relación que se establece entre el contexto nacional e internacional en el marco de los procesos económicos de la globalización.

De manera concreta, se trata de una caracterización que inicia en el nivel macro referente al sector en el panorama nacional, y que avanza a un nivel micro al abordar las tres empresas mencionadas anteriormente. Se espera que la investigación sea útil como documento descriptivo de referencia de la industria farmacéutica nacional y regional, al convertirse en un cuerpo de datos procesados y significativos para analizar el sector, plantear diagnósticos especializados y futuras estrategias.

CAPITULOS

- I. Planteamiento del problema y Objetivos
- II. Justificación
- III. Antecedentes: Caracterización del Sector Farmacéutico
- IV. Metodología
- V. Marco teórico
- VI. Conclusiones
- VII. Recomendaciones

1. GENERALIDADES

1.1 TÍTULO

Caracterización del sector farmacéutico en el Valle del Cauca.

1.2 PARTICIPANTES

ESTUDIANTES

Lina María Mora Vásquez	2050281	Mercadeo y Negocios Internacionales	Nocturno	lina_mora4@hotmail.com
Angélica María Vélez Torres	2050289	Mercadeo y Negocios Internacionales	Nocturno	velezt87@hotmail.com

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El actual contexto mundial determinado por los fenómenos de globalización en sus distintos niveles, se caracteriza por ser un escenario de complejidad marcada por la incertidumbre. En el campo económico y empresarial este panorama puede verse en la alta competitividad de los diferentes productos y servicios y, por supuesto, en el desarrollo y posicionamiento del mercadeo como campo de conocimiento y acción, determinante para sortear estos escenarios. Así, el presente proyecto parte de la certeza de que el mercadeo, entendido como la gama de operaciones que van desde la generación de un producto o servicio hasta su llegada a manos del consumidor, requiere de una ardua labor de investigación que permita, a través de diversas herramientas y métodos, proporcionar a los distintos empresarios y emprendedores, y a los sectores que estos conforman, el conocimiento necesario para llevar a cabo con éxito su labor.

Es así como este proyecto se ha situado en el sector farmacéutico de Santiago de Cali, con el propósito de contribuir al cúmulo de conocimientos e información que han generado las diferentes investigaciones sobre dicho sector, para lo cual se ha acometido una investigación tendiente a caracterizar el sector, desde el nivel macro nacional hasta el nivel regional y local, tomando a tres empresas farmacéuticas representativas de la capital del Valle del Cauca. Esta labor se hace necesaria por la relevancia que tiene el sector para el conglomerado empresarial colombiano, así como la importancia que representa para la sociedad en general, dada la naturaleza de los productos que ofrece.

Hacia el año 2007 la economía nacional creció un 7.5 por ciento; un crecimiento que fue impulsado en gran medida por el sector de manufacturas (en donde se ubica la industria farmacéutica), cuya variación positiva ascendió ese año a 10.6 por ciento. El sector farmacéutico representa el 3 por ciento del sector manufacturero, cuya participación total en el PIB es del 16 por ciento. Estas cifras, que deben ser extrapoladas a los astronómicos números de los indicadores

económicos de una nación de casi cuarenta millones de habitantes como lo es Colombia, hablan de la importancia que este sector tiene para el desarrollo económico en aspectos financieros y macroeconómicos, entre otros.¹⁴

En consecuencia, la industria farmacéutica se revela como un sector potencial para el proceso de desarrollo que, aunque inacabado y con serios tropiezos, tiene Colombia con vistas a posicionar su economía en el competido mercado global. De manera concreta, este sector se caracteriza por ser intensivo en capital y por tener estrechos vínculos con el mercado internacional, pues es exportador de medicamentos e importador de materias primas para la fabricación de estos productos.

Así mismo, tiene entre sus actores determinantes a multinacionales muy posicionadas en el mercado nacional. De igual manera, se trata de una industria heterogénea dada su amplia gama de productos, que incluye bienes como antibióticos, antigripales, vitaminas, analgésicos, medicamentos para uso humano y veterinario, entre otros.

La complejidad del sector se establece, también, al comprender este desde la importación de materias primas e insumos para la elaboración de los productos, hasta la importación y exportación de los medicamentos terminados, así como por los actores que lo integran, como son los laboratorios farmacéuticos, los distribuidores mayoristas, las droguerías, las entidades prestadoras de salud, los médicos, y el mismo gobierno a través de sus Ministerios de Comercio y Protección Social. Se trata sin duda de un gran sector económico, el cual no se sustrae de tener problemas y discusiones complejas, como es el caso de las distintas legislaciones y los choques generados por los derechos de propiedad intelectual entre las grandes empresas multinacionales y las empresas nacionales,

¹⁴ Resultados preliminares de la economía dominicana [en línea]. Republica Dominicana: Banco central Republica Dominicana, 2010 [Consultado el 10 de enero de 2011]. Disponible en Internet en: http://www.bancentral.gov.do/publicaciones_economicas/infeco_preliminar/infeco_preliminar2010-09.pdf

todo lo cual se enmarca en las transformaciones inherentes que experimenta dicha industria.

Es evidente que las anteriores características y factores no se pueden perder de vista para un efectivo desarrollo del sector, y en esa medida, el mercadeo es sin duda un elemento esencial que debe abordar dicha industria mediante la visualización de un panorama general e integral del sector, con vistas a contribuir a su desarrollo y expansión con planes estratégicos y fundamentados. Dado lo anterior se hace necesario estudiar el sector farmacéutico y las organizaciones que lo conforman, las tendencias, datos estadísticos y rasgos principales, en lo que se constituye un paso fundamental para investigaciones académicas posteriores.

2.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuál es la situación actual de las empresas del Sector Farmacéutico en el Valle del Cauca; Tecnoquímicas S.A., Genfar S.A. y Laboratorios Lafrancol?

3. OBJETIVOS

3.1. OBJETIVO GENERAL

Caracterizar el sector farmacéutico del Valle del Cauca.

3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Establecer el desarrollo del sector farmacéutico a nivel nacional, regional y del Valle del Cauca.
2. Identificar el aporte del Sector Industria al PIB nacional y del Valle del Cauca.

4. JUSTIFICACIÓN

La esencia de esta investigación es la caracterización del sector farmacéutico del Valle del Cauca, resaltando tres aspectos fundamentales a nivel social, institucional y profesional.

Desde la perspectiva social el estudio permite evidenciar el aporte que los laboratorios están haciendo al país, toda su influencia en la dinámica económica. Los laboratorios fármacos están generando empleo contribuyendo así a la disminución del desempleo de la región y del país.

A nivel institucional este proyecto colabora con el aporte de conocimientos relacionados con el sector farmacéutico en Colombia y el Valle del Cauca destacando la actividad de Genfar S.A., Tecnoquímicas S.A. y Laboratorios Lafrancol.

Adicionalmente, el desarrollo de este estudio evidencia que el profesional en Mercadeo tiene la posibilidad de inmersiones en estudios de corte macro económico, porque su formación es integral.

Finalmente, se aclara que el estudio no plantea nuevos conceptos de orden teórico.

5. ANTECEDENTES

Según Carlos Schwartz columnista del periódico el País desde finales de 2004 el mapa de la industria farmacéutica en el ámbito internacional ha acelerado su cambio. El proceso de fusiones y adquisiciones en el sector concentra capitales, busca economías de escala para abaratar costes y añade productos, todo sobre la base de precios de adquisición crecientes. Este rediseño de la industria busca nuevos equilibrios. La batalla, en esencia, es por el control de los mercados. Pero se libra en un momento inédito en la historia del sector. Cambio en los paradigmas, avances tecnológicos, incremento exponencial de los costes de investigación.¹⁵

Crecer, consolidar e innovar. Estos tres axiomas parecen gobernar la estrategia de la industria farmacéutica. El crecimiento tiene aspecto de haber entrado en la sección de urgencias por diversos motivos. Quizá el más relevante sea el de lograr economías de escala, integrando a través de las fusiones o adquisiciones de segmentos de mercado, líneas de desarrollo y reducción de costes. Otro: consolidar segmentos de mercado. Y no por último menos relevante, hacerse con una I+D cuyo coste de desarrollo sería más alto que por la compra de un competidor.

La industria local compite de igual a igual con las multinacionales por el mercado interno, y exporta a países de Centro y Suramérica. Precio y mercadeo, las claves. El mercado farmacéutico en Colombia movió US\$1.086 millones durante 2004 y creció 23,1% con respecto a 2003, según cálculos de la Asociación de Laboratorios Farmacéuticos de Investigación (Afidro), con base en la información de la consultora IMS Colombia. Antes de la reciente crisis económica del país, el

¹⁵ REPORTAJE El sector farmacéutico se concentra Adquisiciones y fusiones renuevan una compleja industria en busca de reducir costes y añadir productos por CARLOS SCHWARTZ 26/11/2006 [en línea]. Colombia, 2006 [Consultado el 5 de enero de 2011]. Disponible en Internet en:

http://www.elpais.com/articulo/empresas/sectores/sector/farmaceutico/concentra/elpepueconeg/20061126elpnegemp_1/Tes

dominio de las multinacionales era evidente; pero en cambio ahora, la competencia es pareja. De hecho, hoy compiten tantos jugadores fuertes que ninguno tiene más del 8% de participación en el mercado. A partir de la Ley 100 de 1993 y con más fuerza desde que el país cayó en recesión a finales de la década pasada, la búsqueda de menores precios en los medicamentos inclinó la balanza a favor del producto nacional, tanto que hoy las empresas colombianas especializadas en la fabricación de genéricos venden los mayores volúmenes en el mercado local, mientras las multinacionales mantienen su liderazgo en valores. Según IMS Health, en Colombia, el mercado ético lo disputan 218 laboratorios nacionales que producen 3.488 productos, contra 39 internacionales y sus 1.559 medicamentos; y el resultado hoy es que los primeros dominan el 56,3% en unidades y 32,6% en dólares, mientras que los segundos se quedan con los restantes 43,7% y 67,4%, respectivamente. El terreno ganado en los últimos años por los locales ha sido producto de dos factores clave, que ahora las empresas aplican con éxito para conquistar mercados externos: agresividad en precio y en mercadeo. El primero se debe a que la industria es eficiente y competitiva en costos; no en vano, hoy Colombia es el segundo país de América Latina con el precio promedio más bajo en medicamentos.¹⁶

El otro factor es la alta competitividad del sector, pues enfrentar durante tanto tiempo a las multinacionales más grandes de la industria les ha permitido a los laboratorios nacionales acumular experiencias muy valiosas y perfeccionar sus estrategias para llegar al consumidor. La industria local ha logrado posicionar con éxito varias marcas propias de genéricos. "El mercadeo farmacéutico es uno de nuestros principales fuertes, lo hacemos muy bien, tanto para productos populares como para los que se venden con receta médica. En Ecuador, nuestra operación de genéricos es muy fuerte", afirma Emilio Sardi, vicepresidente ejecutivo de Tecnoquímicas.

¹⁶ Artículo, Farmaceutico [en línea]. Colombia, 2010 [Consultado el 8 de noviembre de 2010]. Disponible en Internet en: http://www.dinero.com/wf_ImprimirArticulo.aspx?IdRef=20560&IdTab=1

La relación calidad/precio de los medicamentos colombianos ya abrió las puertas del producto nacional a los mercados de Centro y Suramérica, principalmente a Ecuador, Venezuela, México, Panamá y Perú, y en menor grado a Chile, Costa Rica, Estados Unidos, Brasil, Guatemala y República Dominicana, con exportaciones que, según el Dane, superan los US\$200 millones en total.

Pero el sector farmacéutico atraviesa una etapa crucial en su historia, ahora que se negocia el Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos (TLC). Y no es propiamente por las oportunidades comerciales que este tratado puede generar, sino por las condiciones que en adelante podría fijar para los jugadores actuales en el mercado interno. El punto neurálgico que divide las posiciones entre la industria nacional y las multinacionales no es otro que las disposiciones de propiedad intelectual, patentes y protección de datos de prueba que puedan resultar de la negociación entre ambos países.

6. METODOLOGIA

6.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Mediante el tipo de investigación descriptiva, con apoyo del método de análisis documental se logró caracterizar el sector farmacéutico del Valle del Cauca, señalar sus propiedades y determinar la situación actual. Con esta investigación se logró responder a las preguntas: quién, qué, dónde, por que, cuándo y cómo.

Para esto se realizó un análisis de datos secundarios del sector farmacéutico nacional y regional. Con el objetivo de caracterizar el sector farmacéutico.

A menudo el mejor enfoque, antes de la escritura de investigación descriptiva, es llevar a cabo un estudio de investigación. La investigación cualitativa a menudo tiene el objetivo de la descripción y los investigadores de seguimiento con exámenes de por qué las observaciones existen y cuáles son las implicaciones de los hallazgos.

Combinada con ciertos criterios de clasificación sirve para ordenar, agrupar o sistematizar los objetos involucrados en el trabajo indagatorio. Siendo la base para realizar investigaciones que requieran un mayor nivel de profundidad.

También se utilizó la investigación documental. Este tipo de investigación es la que se realiza, como su nombre lo indica, apoyándose en fuentes de carácter documental, esto es, en documentos de cualquier especie. Consulta de libros, artículos o ensayos de revistas y periódicos.¹⁷

¹⁷ Artículo Clasificación de la investigación por.: Alba Lucía Marin [en línea]. [Consultado el 13 de noviembre de 2010]. Disponible en <http://www.encyclopedia.humanet.com.co>

6.2 POBLACION Y MUESTRA

Una vez definido el tipo de estudio es necesario determinar los elementos o individuos a quienes se les realizara el estudio o investigación. Es el momento de delimitar el ámbito de la investigación definiendo la población y seleccionando la muestra.

La población en este caso el conjunto de establecimientos dedicados a la producción y comercialización de productos fármacos ubicados en el Valle del Cauca.

De acuerdo a estadísticas presentadas por el DANE se logró determinar que existen 27 establecimientos en el Valle del Cauca dedicados a esta actividad económica, de la cual se tomó una muestra significativa de la población representada por tres empresas: Tecnoquímicas S.A., Genfar S.A. y Laboratorios Lafrancol.

Tabla 1. Establecimientos farmacéuticos en Colombia.

DEPARTAMENTOS	N° DE ESTABLCEIMIENTOS
Barranquilla	8
Bogotá y Soacha	116
Cali-Yumbo	27
Cartagena	3
Medellín	15
Resto del país	5
Total en Colombia	174
Fuente: Encuesta Anual Manufacturera, DANE	

Fuente: DANE. Año 2001

6.3 METODOS Y TECNICAS

La guía de observación es una técnica de investigación cualitativa que nos permitió recoger información. Como toda técnica de investigación se realizó de manera ordenada, con un objetivo y meta clara orientada a explorar el problema y acercándonos a la situación actual del sector farmacéutico.

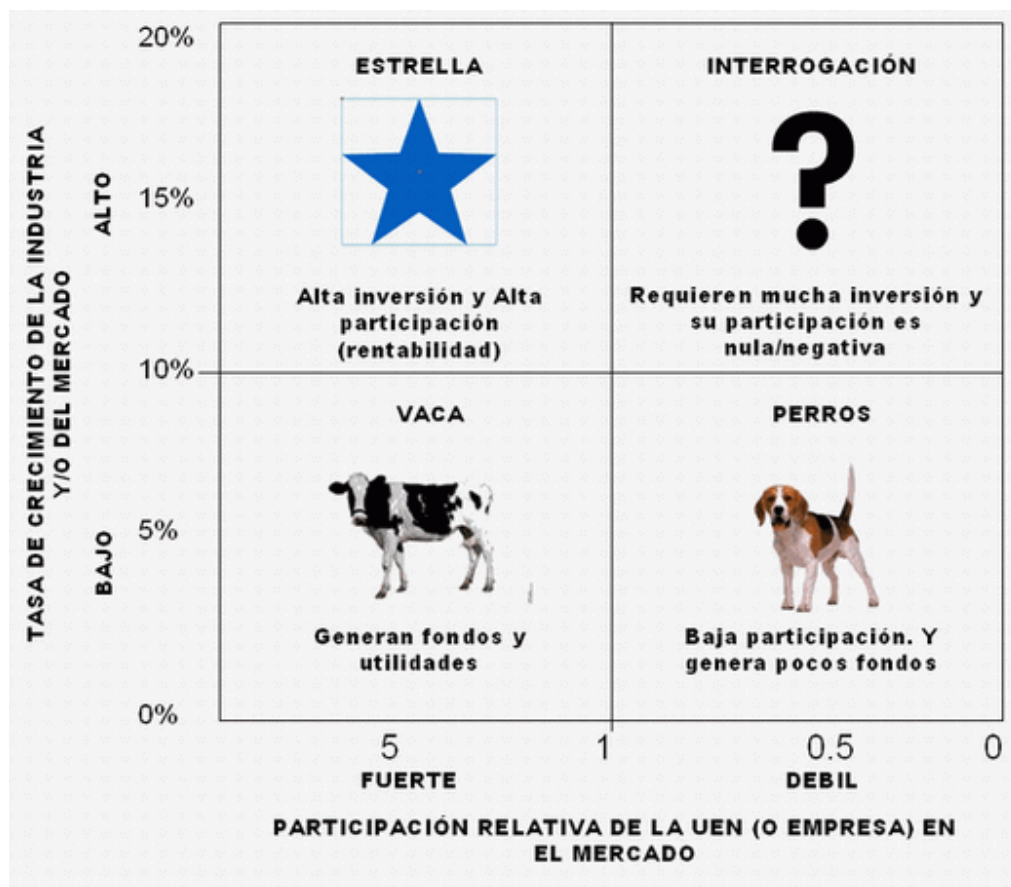
A partir de la definición del tema a investigar se determinó qué se debe observar, cómo, cuándo y dónde. Luego se analizaron los datos observados y que utilidad tienen. Esta técnica se complementó con datos estadísticos y secundarios.

La guía de observación nos sirvió para analizar la situación actual del sector farmacéutico desde una perspectiva macro hasta el análisis de las empresas objeto de estudio. Permittiéndonos caracterizar el sector a través de aspectos importantes que hacen parte de esta industria. Estos son: las exportaciones, importaciones, tendencias, PIB, comportamiento, entre otras.

7. MATRIZ DE BOSTON CONSULTING GROUP (BCG)

La matriz fue creada con el objetivo de analizar la posición estratégica de un producto o una Unidad Estratégica de Negocios(UEN), en 1970 una firma de asesoría gerencial, el Boston Consulting Group, crea el modelo de análisis de la cartera de negocios, también conocida como "análisis de Portafolio"; en nuestro medio conocida como matriz BCG o matriz de crecimiento-participación.

Es una matriz de 2x2, donde se clasifican los productos o UEN de acuerdo con dos factores: su participación en el mercado en relación con la competencia y la tasa de crecimiento en la que opera la compañía, de donde se obtiene la siguiente matriz:



A su vez los cuatro cuadrantes de la rejilla representan distintas categorías de las unidades estratégicas de negocios (UEN) o bien de productos muy importantes. Estas cuatro categorías no sólo nos sirve para saber qué estrategias de marketing aplicar sino también superpone elementos de análisis financiero, tales como generación y requerimientos de fondos según cada etapa del producto, y es una redefinición del concepto tradicional del ciclo de vida del producto.

- **Estrellas:** participación en el mercado alta y tasa de crecimiento de la industria alta con características de las UEN de esta categoría. Sin embargo, una UEN con esos atributos plantea dificultades a la compañía porque requiere mucho efectivo para no dejar de ser competitiva en los mercados crecientes. Son imperativas unas estrategias de marketing

agresivas para que las estrellas mantengan o aumenten su participación en el mercado.

Más allá de las afirmaciones del Boston Consulting Group, en la estrategia a seguir deberá aplicarse el esquema de fortalezas y debilidades, a fin de evitar que el producto estrella se vea interrumpida o alterada en el sendero que lo lleve hacia su transformación en Vaca Lechera o de efectivo.

- **Vacas de efectivo:** estas UEN tienen una gran participación en el mercado y hacen sus negocios en industrias maduras (de bajo crecimiento). Cuando el crecimiento de una industria disminuye, las estrellas pasan a esta categoría. Como la mayoría de clientes se han quedado algún tiempo y todavía son leales, los costos de marketing de una vaca de efectivo no son elevados. En consecuencia, genera más efectivo del que puede invertirse con provecho en sus propias operaciones. Como resultado, las vacas de efectivo pueden ser “ordeñadas” para sustentar la necesidad de recursos de otras UEN. Las estrategias de marketing de las vacas de efectivo pretenden defender la participación en el mercado reforzando, principalmente, la lealtad del cliente.
- **Interrogaciones:** son UEN caracterizadas por una baja participación en el mercado pero una tasa de crecimiento o de la industria alta. Una interrogación no ha alcanzado un punto de apoyo en un mercado en expansión muy competido. La duda en torno a este grupo de UEN es si pueden ganarse una participación adecuada en el mercado y ser rentables. Si la dirección contesta “no”, la UEN debe dismantelarse o liquidarse. Si en cambio dice “sí”, la empresa debe proveer el efectivo para establecer una participación en el mercado –más efectivo que la interrogación característica generada por sus propios ingresos-. Las estrategias de

marketing apropiadas se enfocan en tener una ventaja diferencial fuerte y, por tanto, lograr el apoyo de los clientes.

- **Perros:** estas UEN tienen baja participación en el mercado y operan en industrias con tasas de crecimiento bajas. Normalmente, una compañía no encontraría prudente invertir en fondos sustanciales en UEN de esta categoría. Las estrategias de marketing para los perros pretenden maximizar cualquier ingreso potencial reduciendo al mínimo los gastos o promoviendo una ventaja diferencial para ganar participación en el mercado. Pero la empresa puede decidir desmontar o liquidar al perro.¹⁸

El sector farmacéutico en Colombia y en el Valle del Cauca esta bastante presionado por la acción de las multinacionales en políticas de mercado y esto es porque es una industria muy interesante por el gran margen de rentabilidad que se genera en la actividad productiva y las economías nacionales y locales, comprendiendo la producción e importación de productos farmacéuticos de uso humano y veterinario pues, para el año 2004 la producción de la industria farmacéutica en Colombia fue de 3.1 billones de pesos, el equivalente al 3.1% del valor de producción total de la industria. Además la producción bruta del sector tuvo un crecimiento real cercano al 7.84%⁷ durante el período 2000 - 2004. En términos de volúmenes de producción el valor ha crecido en una mayor proporción, derivado especialmente del crecimiento en el volumen de ventas de los laboratorios nacionales.¹⁹

¹⁸ WILLIAM J. Stanton, Michael j. Etzel, Bruce J. Walker, Fundamentos de marketing, 13a edición, Mc Graw Hill, Mexico, 2004, P 365

¹⁹ Artículo Corficolombiana. Investigaciones economicas. Sector farmaceutico colombiano. Adriana Bustamante. Colombia, 2007. [en línea] disponible en Internet en <http://www.corficolombiana.com.co/webcorficolombiana/Repositorio/archivos/archivo326.pdf>

La industria farmacéutica realmente invierte muy poco en investigación y desarrollo, comparado con las empresas extranjeras que hacen inversiones cuantiosas para este sector. Cabe resaltar que las compañías nacionales son pequeñas y medianas, no poseen recursos suficientes para desarrollar programas e investigaciones en la creación de nuevos medicamentos. Es necesario pensar en políticas destinadas a fortalecer la ingeniería nacional dedicada al diseño de nuevos desarrollos e innovación en equipos de producción ya que los que existen tienen muchos problemas de diseño, eficiencia mecánica y electrónica, entre otras.

8. SECTOR FARMACEUTICO EN COLOMBIA

La actividad del sector farmacéutico comprende desde la importación de las materias primas e insumos para la elaboración de los productos, hasta la importación y exportación de los medicamentos terminados.

Los principales actores del sector son los laboratorios farmacéuticos entre los cuales se encuentran 300 establecimientos dedicados a la producción, comercialización, maquila y *outsourcing* de productos farmacéuticos. Sin embargo, de estos 300 solo 171 cuentan con Buenas Prácticas de Manufacturas (BPM) y 34 son multinacionales. También lo conforman 200 distribuidores mayoristas, 14.208 droguerías, cajas de compensación, cadenas, entidades prestadoras de salud, profesionales en la salud, el gobierno (Ministerio de Protección Social, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y sus entidades adscritas) y los consumidores finales.

En los últimos años el sector de la salud en Colombia ha experimentado grandes transformaciones, especialmente a partir de la ley 100 de 1993 por la cual se modificó el antiguo régimen de seguridad social. Como consecuencia de esta Ley y acompañado de las nuevas tendencias en el mercado farmacéutico mundial, el

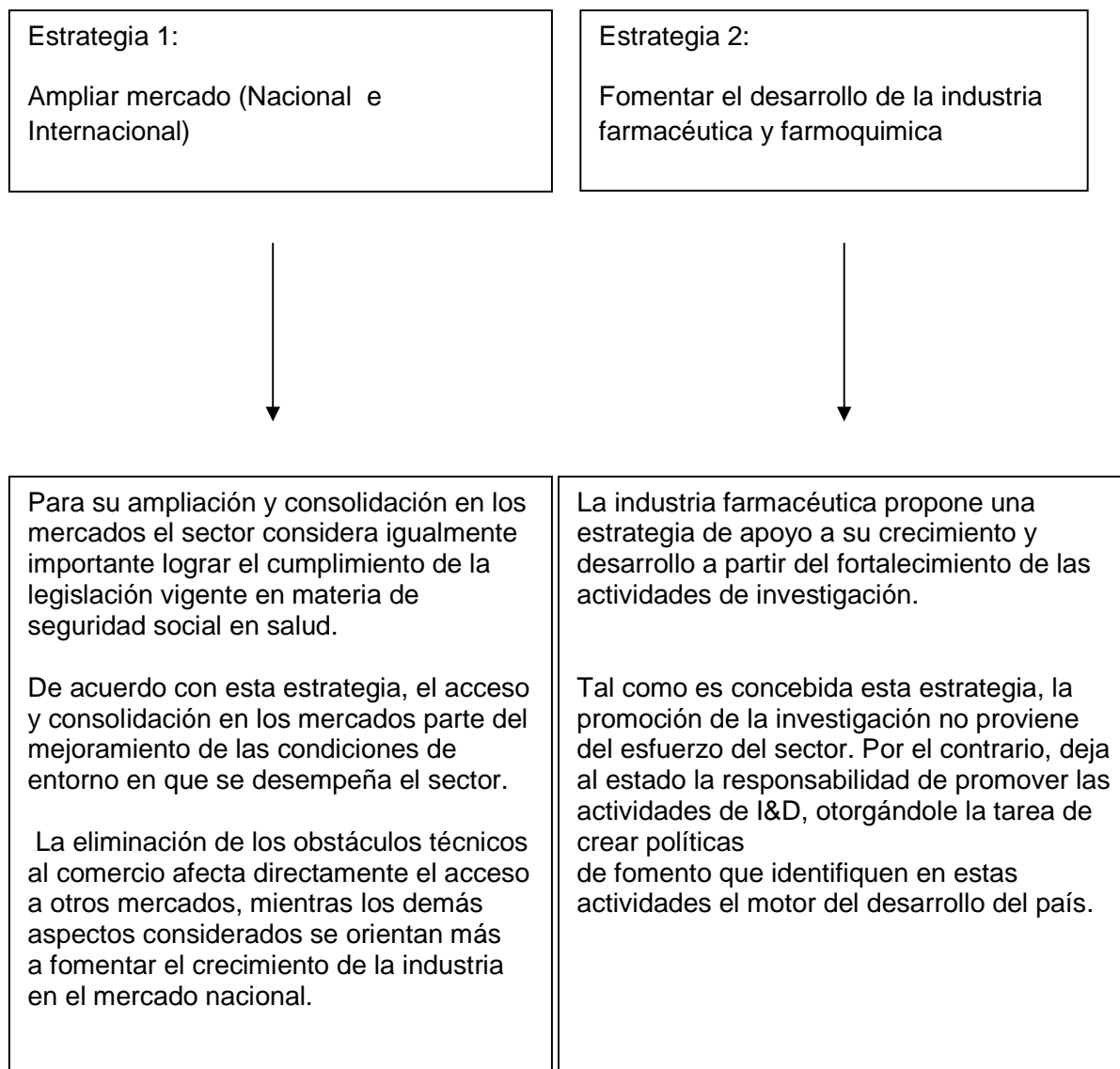
sector farmacéutico colombiano ha atravesado cambios importantes. Entre otras disposiciones se encuentra la de hacer obligatorio el cumplimiento de la implementación de las BPM en todos los laboratorios que operan en el país, lo que permitió determinar que las condiciones de manufactura utilizadas por algunas empresas para elaborar los medicamentos, en muchos casos, no son las apropiadas en términos de higiene y de garantía de calidad, como lo destaca un reporte del Departamento Nacional de Planeación (DNP).

Desde el punto de vista de la demanda debe mencionarse que el sistema de salud en Colombia está compuesto por dos regímenes: el subsidiado y el contributivo, los cuales cubren a más del 70% de la población. En la prestación del servicio intervienen actores públicos y privados, sin embargo, en cuanto a la venta de medicamentos, el 80% de ella se realiza a través de entidades privadas como farmacias y supermercados, en tanto que el 20% restante es comprado por el gobierno para la distribución a través de cooperativas.

8.1 ESTRATEGIAS COMPETITIVAS, NECESIDADES Y ACCIONES

Para el sector farmacéutico la ampliación de los mercados nacional y extranjero es un requisito para su consolidación, crecimiento y desarrollo. El logro de esta ampliación se basa en la implementación de una estrategia que actúa sobre el entorno propio del sector y el marco institucional en que se desempeña la industria en general. De esta forma, busca eliminar los obstáculos técnicos al comercio y fortalecer las actividades de vigilancia, inspección y control, así como dar apoyo a la política de seguridad nacional.

Existen 2 estrategias competitivas en el sector farmacéutico, estas son:



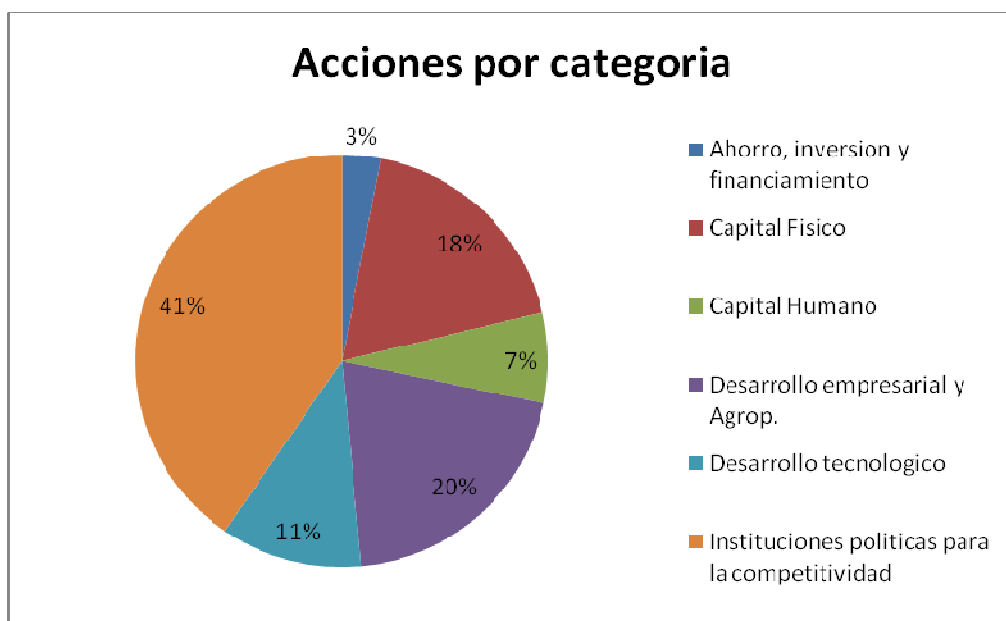
Fuente:<http://comisionesregionales.gov.co> Año2007

8.2 METODOLOGÍA EN EL SECTOR FARMACÉUTICO

En el sector farmacéutico existen metodologías agrupadas de la siguiente manera:

- 1. Desarrollo empresarial y Agropecuario:** Asociatividad empresarial, productividad, gestión de calidad, desarrollo de nuevos productos, producción limpia, inteligencia de mercados, estrategias de mercadeo y comercialización, sistemas de infamación, modernización empresarial de las actividades agropecuarias, medidas fitosanitarias.
- 2. Desarrollo tecnológico:** Investigación, innovación, transferencia y adaptación de tecnologías.
- 3. Ahorro, inversión y financiamiento.** Incluye todas las acciones destinadas a facilitar el acceso a recursos (garantías, fondos, reducción de costos financieros, desarrollo de nuevas fuentes).
- 4. Capital físico. Infraestructura** (transporte, vías, comunicaciones, servicios públicos) y equipamiento productivo.
- 5. Capital humano.** Formación de aptitudes básicas, competencias laborales, capacidades para la gestión y la investigación, bilingüismo.
- 6. Instituciones y políticas para la competitividad.** Instrumentos normativos y regulatorios, fortalecimiento y ajuste institucional, racionalización de procesos y trámites, protección de la biodiversidad y la diversidad cultural.

Grafico 1, frecuencia de acciones por categorías DNP



Fuente: Agenda Interna para la Productividad y la Competitividad
SERIE DOCUMENTOS SECTORIALES. Año 2003

En general, se trata de Acciones específicas orientadas a mejorar condiciones de competitividad y productividad del aparato productivo. Asimismo las Acciones propuestas, por el hecho de estar formuladas en su gran mayoría en el nivel de “idea”, no discriminan según la competencia de su ejecución: nacional, regional, sectorial o –incluso- si éstas son propias de la decisión empresarial particular. Como puede apreciarse en la Gráfica 1, el mayor número de Acciones se asocian a ajustes normativos e institucionales que se expresan en demandas al Gobierno sobre reformulación de políticas, reformas de entidades (en particular las de vigilancia y control) y creación de instrumentos e incentivos que favorezcan las actividades del sector y el entorno en que se realizan.

La participación del conjunto de Acciones orientadas al desarrollo tecnológico del sector (7% del total de las Acciones propuestas por el sector y los departamentos) no es significativa. Debe tenerse presente que para la industria farmacéutica el fortalecimiento de la investigación y la innovación, más que el resultado de un

esfuerzo conjunto del Estado y el sector privado, se basa primordialmente en la acción pública, hecho que se refleja en que parte de las demandas sobre ajustes institucionales y ajustes de política se dirijan al fomento de las actividades de investigación y desarrollo.

Las iniciativas orientadas a generar esquemas de asociatividad que mejoren la competitividad y productividad del sector, así como las dirigidas a la comercialización, promoción y posicionamiento en los mercados presentan un nivel bajo de demandas dentro del conjunto de acciones específicas.²⁰

8.3 FACTORES CLAVES DE ÉXITO EN EL SECTOR FARMACEUTICO

La industria local compite de igual a igual con las multinacionales por el mercado interno, y exporta a países de Centro y Suramérica. Precio y mercadeo, las claves. El terreno ganado en los últimos años por los locales ha sido producto de dos factores clave, que ahora las empresas aplican con éxito para conquistar mercados externos: agresividad en precio y en mercadeo. El primero se debe a que la industria es eficiente y competitiva en costos; no en vano, hoy Colombia es el segundo país de América Latina con el precio promedio más bajo en medicamentos.

El otro factor es la alta competitividad del sector, pues enfrentar durante tanto tiempo a las multinacionales más grandes de la industria les ha permitido a los laboratorios nacionales acumular experiencias muy valiosas y perfeccionar sus estrategias para llegar al consumidor.

La industria local ha logrado posicionar con éxito varias marcas propias de genéricos. "El mercadeo farmacéutico es uno de nuestros principales fuertes, lo

²⁰ Documento sectorial. Agenda interna para la productividad y competitividad. Colombia, 2007 [en línea] disponible en Internet en: http://comisionesregionales.gov.co/informacion_sectorial/farmaceutica.pdf

hacemos muy bien, tanto para productos populares como para los que se venden con receta médica. En Ecuador, nuestra operación de genéricos es muy fuerte", afirma Emilio Sardi, vicepresidente ejecutivo de Tecnoquímicas. La relación calidad/precio de los medicamentos colombianos ya abrió las puertas del producto nacional a los mercados de Centro y Suramérica, principalmente a Ecuador, Venezuela, México, Panamá y Perú, y en menor grado a Chile, Costa Rica, Estados Unidos, Brasil, Guatemala y República Dominicana, con exportaciones que, según el Dane, superan los US\$200 millones en total.

"Uno de los elementos fundamentales para el desarrollo del sector es la investigación y desarrollo de nuevos medicamentos; en los últimos 4 años, nuestras empresas afiliadas hicieron inversiones por US\$25 millones en el país", concluye María Claudia García, presidente ejecutiva de Afidro. La competitividad es ley en esta industria

Debilidades y fortalezas

Las debilidades y fortalezas de la cadena de productos farmacéuticos y medicamentos se presentan a continuación:

DEBILIDADES	FORTALEZAS
El escaso desarrollo de las actividades de investigación hace a la industria farmacéutica Colombiana altamente dependiente de los adelantos científicos y tecnológicos de los laboratorios farmacéuticos multinacionales.	La adopción de las Buenas Prácticas de Manufactura en la producción de medicamentos no sólo ha permitido abastecer el mercado nacional con medicamentos de mayor calidad, eficacia y seguridad, sino también ubicar a las empresas colombianas dentro de altos estándares

<p>Se registran retrasos en la definición y adopción de las buenas prácticas de manufactura en las actividades en la cadena diferentes a producción tales como: abastecimiento de materias primas e insumos, almacenamiento y transporte, y dispensación de medicamentos.</p> <p>La capacidad de inspección, vigilancia, control y aplicación de sanciones está limitada por aspectos normativos como las deficiencias en la estandarización de mecanismos y procedimientos y por la insuficiencia de recursos humanos y suministros para las funciones de control de calidad. En consecuencia, la falsificación, la adulteración y el contrabando de medicamentos siguen siendo preocupantes por sus implicaciones para la salud pública.</p>	<p>internacionales favoreciendo sus relaciones comerciales con otros países, especialmente dentro del mercado latinoamericano.</p> <p>La normatividad sanitaria acorde con los parámetros internacionales favorece el acceso de los medicamentos producidos en el país en los mercados extranjeros.</p> <p>El sistema de seguridad social en salud Colombiano favorece el crecimiento de la industria farmacéutica al ampliar el acceso a los medicamentos y en consecuencia su demanda.</p>
--	--

Fuente:http://comisionesregionales.gov.co/informacion_sectorial/farmaceutica.pdf.

Año 2007

8.4 TENDENCIAS QUE INFLUYEN EN EL DESARROLLO DE LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA

Gasto en salud y demanda de servicios de salud

El gasto en salud en Colombia en el año 2007 ha aumentado de manera sostenida, registrando un crecimiento aproximado del 69% en los últimos 5 años. Lo propio ha ocurrido con el gasto per cápita que ha crecido un 58% en el mismo periodo.

El buen comportamiento de la economía, que se espera mantenga un elevado crecimiento en los próximos años. Este factor, sumado a la tendencia observada en el gasto en salud y a los programas de gobierno que pretenden lograr la cobertura total del sistema de seguridad social, augura un fortalecimiento de la demanda de productos farmacéuticos en los próximos años.

Régimen de precios de medicamentos

En Colombia el régimen de precios farmacéuticos permite una relativa libertad (libertad regulada), debido a que está sujeta a vigilancia por parte del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo específicamente la Comisión de Precios de Medicamentos. Sin embargo, existen rangos amplios dentro de los cuales el mercado puede fijar los precios de este tipo de bienes.

Adicionalmente, en los últimos años la inversión extranjera directa en el sector de sustancias y productos químicos ha aumentado de manera importante pasando de US\$25 millones en 2004 a US\$65,1 millones en 2007.

Derechos de propiedad intelectual

Colombia cumple con elevados estándares de protección a la propiedad intelectual. Para el caso específico de la propiedad industrial farmacéutica, Colombia es miembro del Acuerdo de Aspectos de Propiedad Intelectual

Relacionados con el Comercio (TRIPS– por sus siglas en inglés) en la que otorga una exclusividad de 20 años a los titulares de las patentes.

De igual manera, otorga una protección de 5 años a la información no divulgada (datos de prueba), presentada a la autoridad sanitaria competente para obtener el registro de comercialización.

Tratado de libre comercio

Recientemente, el país suscribió el Tratado de Libre Comercio (TLC) con los Estados Unidos (en trámite de ratificación) que incluye el capítulo de derechos de propiedad intelectual que refuerza el cumplimiento de los estándares establecidos y garantiza un mejoramiento de la transparencia en la agilidad en el trámite de patentes y en el otorgamiento de las licencias de comercialización. En el mismo sentido, Colombia se encuentra negociando acuerdos comerciales con la Unión Europea y Canadá que también incluirán disposiciones en materia de protección a la propiedad intelectual.²¹

8.5 PANORAMA ECONÓMICO DE LA INDUSTRIA FARMACÉUTICA

En 2006 operaron en Colombia 213 laboratorios farmacéuticos ubicados principalmente en Bogotá (64,7%), Cali (9,6%), Medellín (8,4%) y Barranquilla (6,1%). En ese año las ventas ascendieron a US\$2.888 millones con un crecimiento del 14,8% frente a 2005. En los últimos 5 años las ventas en el país aumentaron en un 55,9%⁵ una tasa superior a la proyectada a nivel mundial (46,4%).⁶

Las utilidades, por su parte, alcanzaron en el año 2006 los US\$195,3 millones, un 55,9% más que en 2005. En el periodo 2002-2006 las utilidades crecieron en un

²¹ Sector farmaceutico en Colombia [en línea]. Colombia, 2008 [Consultado el 3 de agosto de 2010]. Disponible en Internet en:<http://www.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo5709DocumentNo7934.PDF>

186%, mostrando mayor dinamismo que el resto del sector industrial (171,6%) colombiano.²²

Existe una fuerte competencia en el mercado farmacéutico colombiano. Por monto de ventas, las empresas más importantes del sector en 2006.

En la tabla 2. Podemos apreciar que una de las empresas que mayor participación en el mercado tiene es Tecnoquimicas S.A. con el 9.3% y con unas ventas de US\$268.8 millones en el año 2006. Esto es importante para el sector ya que esta contribuyendo con la economía regional y a la industria farmacéutica. Tecnoquimicas esta compitiendo con multinacionales que se muestran en la tabla como Abbot laboratorios de Colombia, Pfizer entre otras las cuales tienen una participación menor.

Tabla 2, empresas mas importantes en el sector 2006

EMPRESAS	VENTAS 2006 (US\$ MILLONES)	PARTICIPACION %
TECNOQUIMICAS S. A.	268.8	9.3%
LABORATORIOS BAXTER S.A.	186,3	6,5%
SCHERING COLOMBIANA S.A	133,0	4,6%
ABBOTT LABORATORIES DE COLOMBIA S A	125,4	4,3%
PRODUCTOS ROCHE S A	121,4	4,2%

²²Sector farmaceutico en Colombia [en línea]. Colombia, 2008 [Consultado el 3 de agosto de 2010]. Disponible en Internet:<http://www.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo5709DocumentNo7934.PDF>

PRODUCTOS ROCHE S A PFIZER S.A.	116,2	4,0%
GLAXOSMITHKLINE COLOMBIA S A	105,3	3,6%
NOVARTIS DE COLOMBIA S A	102,8	3,6%
BAYER S A	93,8	3,2%
SCHERING PLOUGH S A	84,0	2,9%
OTRAS	1.550,6	53,7%

Fuente: <http://www.proexport.com.co>. Año 2006

La industria química y farmacéutica es de especial importancia para Colombia. En 2007, el sector de productos químicos básicos y elaborados, creció 5,42%.¹ Específicamente, el sector de fabricación de productos farmacéuticos, sustancias químicas medicinales y productos botánicos que generan alrededor del 4% del valor agregado de la industria manufacturera (US\$804 millones), con una producción bruta de US\$1.263 millones.²³

Según la tabla 3. Para analizar la cadena de farmacéuticos y medicamentos el DNP agrupó el sector en eslabones de acuerdo con el proceso productivo de las materias primas hasta el producto final, y los clasificó de la siguiente forma: vitaminas y provitaminas, productos medicinales y farmacéuticos, productos biológicos, antibióticos, principios activos, plantas medicinales, excipientes y medicamentos veterinarios.

²³ Fuente DANE - cálculos Proexport.

Los productos medicinales y farmacéuticos mas los medicamentos de uso veterinario concentran el 99% de la producción colombiana, registrando un valor de 2.202.808 millones y el restante 1% de participación en la producción colombiana lo conforman principios activos, excipientes, antibióticos, vitaminas y provitaminas con un valor de 22.484 millones.

Tabla 3, producción de farmacéuticos y medicamentos en 2001

Producción de farmacéuticos y medicamentos en 2001		
Producto	Valor (millones)	COP Participación
Productos medicinales y farmacéuticos	2.012.604	90,44%
Medicamentos veterinarios	190.204	8,55%
Principios activos excepto antibióticos y vitaminas	14.789	0,66%
Excipientes	6.657	0,30%
Antibióticos	700	0,03%
Vitaminas y provitaminas	338	0,02%
Productos biológicos excepto vacunas	n.d.	n.d.
Plantas medicinales	n.d.	n.d.
Total	2.225.292	100,00%

Fuente: DANE – DNP

Fuente DANE - cálculos Proexport. Año 2001

Según la Asociación Invertir en Colombia (Coninvertir) AGENCIA DE PROMOCIÓN A LA INVERSIÓN es la que promociona la inversión con que cuenta el país para atraer nuevos inversionistas y conservar los que ya operan en

Colombia. En este marco, Coinvertir provee información objetiva de enorme utilidad para el inversionista extranjero.²⁴

Quienes afirman que en productos farmacéuticos hay una presencia activa de comercializadores nacionales liderados por la Asociación de Industrias Farmacéuticas Colombianas (Asinfar,) con productos genéricos y la Asociación de Laboratorios Farmacéuticos de Investigación (Afidro), que participa con la oferta de la producción internacional. Ambas agremiaciones luchan por un mercado exclusivo para sus productos, contrastado con las millonarias inversiones que se han realizado para el desarrollo de nuevas medicinas.

Para los medicamentos, las autoridades gubernamentales ejercen un control de precios y asignan una banda dentro de la cual se mueven en su relación con los compradores. Con el objetivo de evitar el monopolio en la producción de estos, la industria nacional se especializa en los genéricos, mientras que las foráneas traen innovaciones de sus países de origen. Sin embargo, se discute un cambio en las reglas de juego de la industria ya que se ha revivido la lucha entre las compañías multinacionales productoras de medicinas y sus competidoras colombianas.

El buen comportamiento de la economía colombiana, ha contribuido para que la actividad del sector farmacéutico genere resultados satisfactorios que se reflejan en los indicadores de ventas locales y exportaciones. Durante el 2007 la economía colombiana creció un 7,5%, jalonada principalmente por el sector de manufacturas que mostró una variación positiva de 10,6%.

De igual manera, una históricamente estricta política monetaria ha garantizado una tasa de inflación baja y estable comparada con el resto de la región. En 2007 la tasa de inflación Colombiana fue de 5,7%.

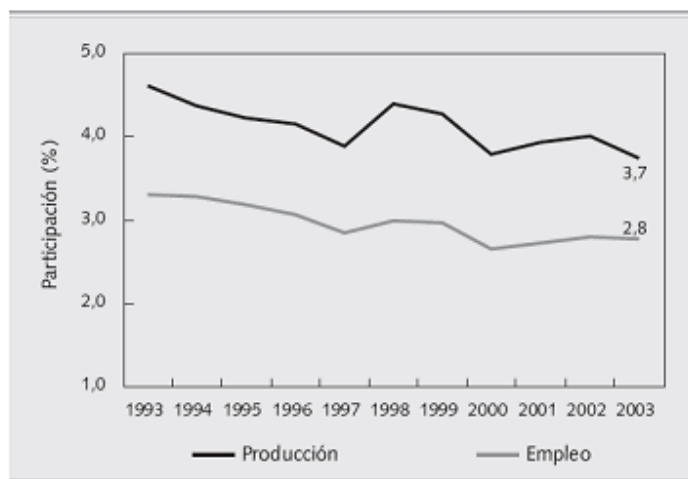
²⁴ <http://diplomadofacea.iespana.es/coinvertir.htm>

De acuerdo con la grafica 2, Con base en datos del Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE), entre 1993 y el 2003, la industria farmacéutica tuvo una participación promedio de 4,1% en la producción bruta industrial colombiana. Su contribución sobre el empleo industrial ha estado en torno a 3%, aunque para el 2003 tuvo una participación de 2,8%. Se aprecia una disminución en la producción bruta industrial y en la contribución sobre el empleo.

Esto se ve afectado de una manera negativa porque el empleo se ve disminuido de tal manera que aumenta el desempleo afectando la economía del país y desmejorando la calidad de vida de los colombianos.

Grafica 2, empleo y producción: de la cadena en la industria (1993- 2003)

Participación de productos farmacéuticos en la producción industrial colombiana



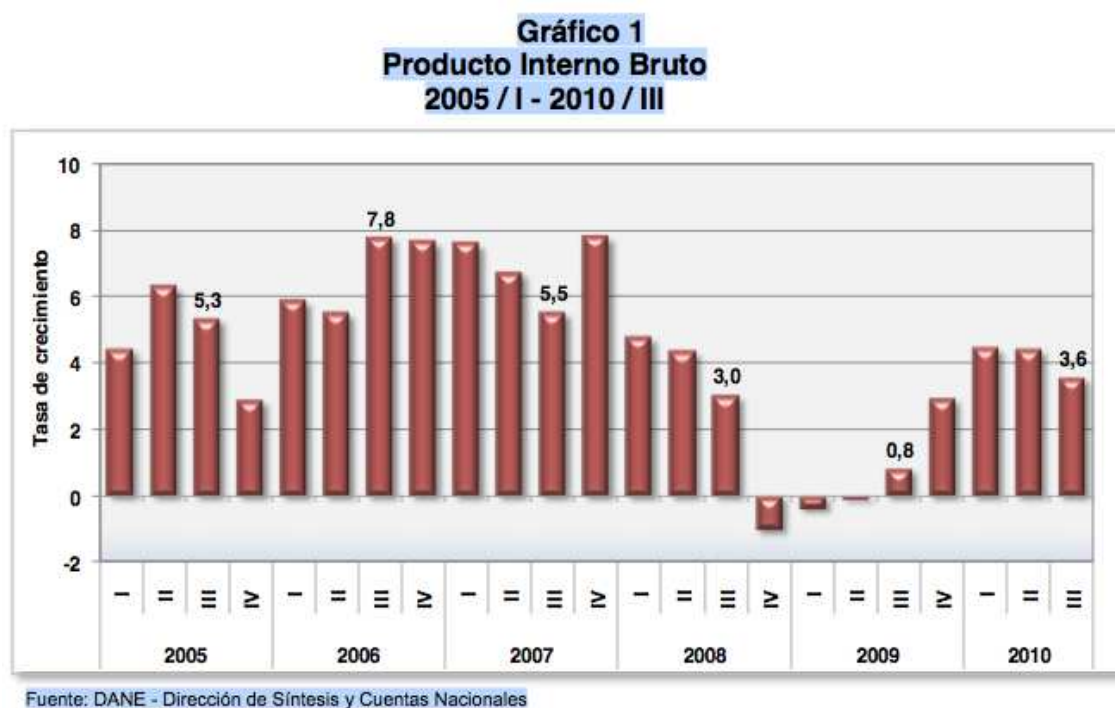
Fuente: Encuesta Anual Manufacturera, Dane. Estimados 2002 - 2003.

En cuanto a empleo, este sector generó un mayor crecimiento en el año 2005, 21.300 puestos de trabajo, representando un 3,6% del empleo industrial en ese año.³ El costo laboral promedio fue de US\$1.155 mensuales por trabajador.⁴

Los costos laborales del sector resultan de la suma de sueldos y salarios del personal permanente y temporal contratado directamente y las prestaciones sociales (aportes patronales al ISS, SENA, ICBF, cajas de compensación, sistemas de salud y fondos de pensiones) reportados por las empresas del sector en el año 2005, divididos entre el total del personal remunerado

En el tercer trimestre del año 2010 la economía colombiana creció en 3,6% con relación al mismo trimestre de 2009. Frente al trimestre inmediatamente anterior, el PIB aumentó en 0,2%.

Grafico 3, Producto Interno Bruto 2005/I- 2010/III



Fuente: DANE. Año 2010

El crecimiento observado en la economía colombiana durante el tercer trimestre de 2010 en 3,6%, fue mayor al observado en el mismo periodo de 2009, el cual registró una variación en 0,8%. En otros trimestres del año anterior las variaciones del PIB fueron: -0,4% en el primero; -0,1% en el segundo; 0,8% en el tercero y 2,9% en el cuarto trimestre de 2009. Por su parte, los crecimientos del primer y segundo trimestres fueron 4,5% y 4,4%, respectivamente.

Al analizar el resultado del PIB en el tercer trimestre de 2010 comparado con el mismo periodo de 2009 por grandes ramas de actividad, se observaron las siguientes variaciones: 10,3% en explotación de minas y canteras; 7,6% en transporte, almacenamiento y comunicaciones; 7,0% en comercio, reparación, restaurantes y hoteles; 3,3% en establecimientos financieros, seguros, actividades inmobiliarias y servicios a las empresas; 3,4% en industrias manufactureras y 3,1% en actividades de servicios sociales, comunales y personales; mientras que suministro de electricidad, gas y agua no presentó variación alguna. Por su parte, el sector agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca descendió en 0,9% y construcción en 10,5%. Los impuestos, derechos y subvenciones, en conjunto, aumentaron en 8,4%.

Tabla 4, comportamiento trimestral del PIB por ramas de actividad económica

Ramas de actividad	Variación Porcentual
Agricultura, caza, ganadería, silvicultura y pesca	0,1
Explotación de minas y canteras	-0,6
Industrias manufactureras	-2,1
Suministros electricidad, gas y aguas	-0,7
Construcción	-6,1
Comercio, reparación, restaurantes y hoteles	2,1
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	1,8
Establecimientos financieros, seguros, actividades inmobiliarias y servicios a las empresas	0,9
Actividades de servicios sociales, comunales y personales	-0,2
Subtotal valor agregado	-0,1
Impuestos menos subvenciones sobre la producción e importaciones	0,5
PRODUCTO INTERNO BRUTO	0,2

Fuente:DANE. Año 2010

8.6 COMERCIO EXTERIOR

La industria farmacéutica se encuentra clasificada bajo el código 352 (clase 2423) de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU), revisión 3. La mayoría de sus productos semielaborados y finales se encuentran en el capítulo 30 del Arancel Armonizado de Colombia.

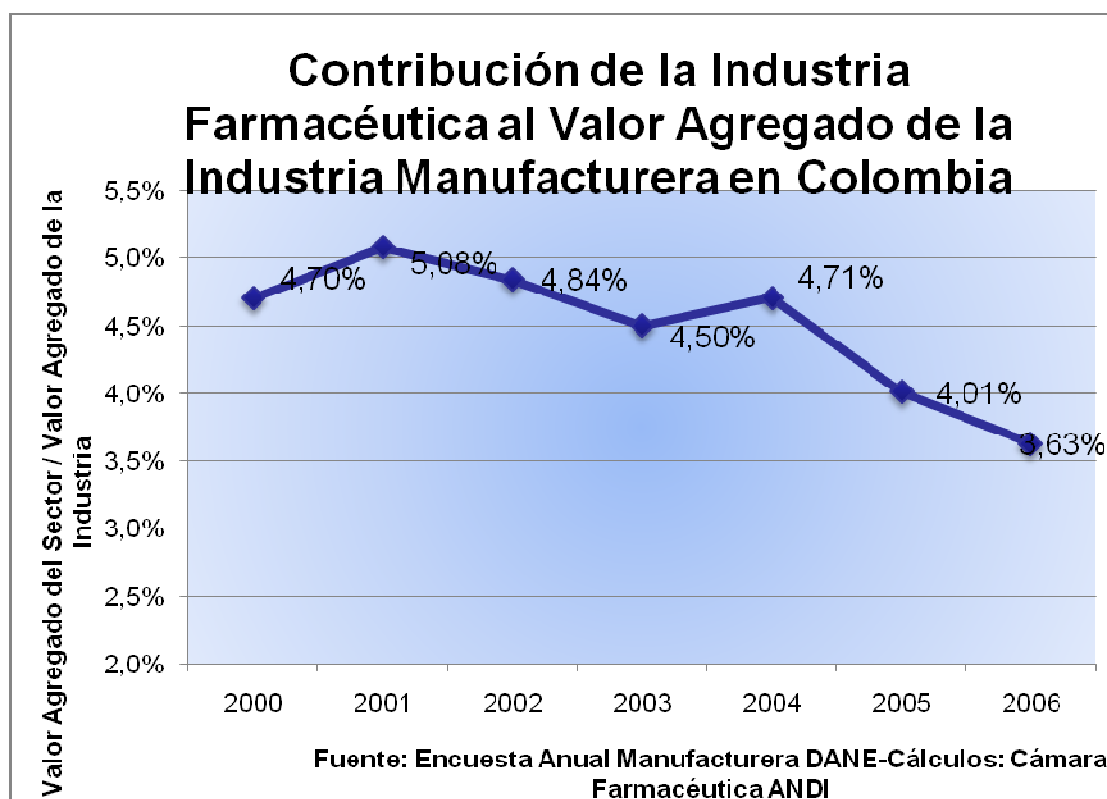
La industria farmacéutica colombiana tradicionalmente ha tenido una relación intensa con el mercado externo facilitada por el entorno propicio que ofrece una economía abierta y por el hecho de que Colombia se ha constituido en un centro de distribución farmacéutico para el mercado regional.

8.6.1 Exportaciones

Entre 2006 y 2007 las exportaciones de productos farmacéuticos crecieron en un 4.03%, pasando de US\$ 300.8 millones a US\$ 312.9 millones. En el 2007, Venezuela fue el destino del 26% de las exportaciones colombianas de productos farmacéuticos (US\$80millones). El segundo comprador más destacado fue Ecuador, con una participación del 22.5% (US\$70.5 millones). Los principales productos exportados fueron medicamentos terapéuticos con una participación del 53.3% en el total exportado (US\$166,8millones).²⁵

²⁵ Comunicado de prensa. DANE. Colombia, 2010. [en línea.] disponible en Internet en: <http://www.dane.gov.co>

Grafico 4. Contribución de la industria farmacéutica al valor agregado de la industria manufacturera en Colombia.



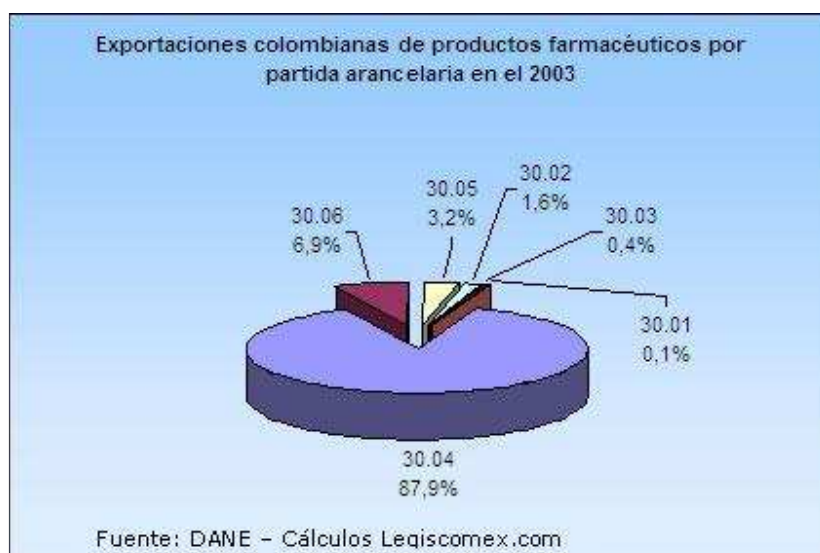
Fuente: Encuesta Anual Manufacturera DANE- Cálculos: Cámara Farmacéutica ANDI. Año 2006

Como se aprecia en la grafica 5, los medicamentos preparados para usos terapéuticos o profilácticos dosificados para la venta al por menor, preparaciones y artículos farmacéuticos son los principales productos exportados por Colombia en el 2003, los cuales concentran el 94,8% del mercado.

Para el año 2003, las exportaciones de productos farmacéuticos ascendieron a USD217,4 millones, según el DANE, lo que generó un decrecimiento promedio anual de 6,5% durante el periodo comprendido entre el 2001 y el 2003, al pasar de USD249,4 millones en el 2001 a USD217,4 millones en el 2003. Con relación al

2002, se presentó la misma tendencia al disminuir en un 9% ya que en este año se registraron exportaciones por USD239, 1 millones

Grafico 5. Exportaciones colombianas de productos farmacéuticos por partida arancelaria en el 2003



Fuente: DANE- calculos legiscomex. Com. Año 2003

En la grafica 6, podemos observar que Ecuador, Venezuela, México, Panamá y Perú, son los principales destinos de las exportaciones colombianas en el 2003. Este grupo de países concentran el 74,9% del mercado. El restante 25,1% lo conforman Chile, Costa Rica, Estados Unidos, Brasil, República Dominicana y Guatemala, entre otros.

Grafico 6. Principales destinos de las exportaciones colombianas de farmacéuticos en el 2003



Fuente: DANE- cálculos Legiscomex. Año 2003

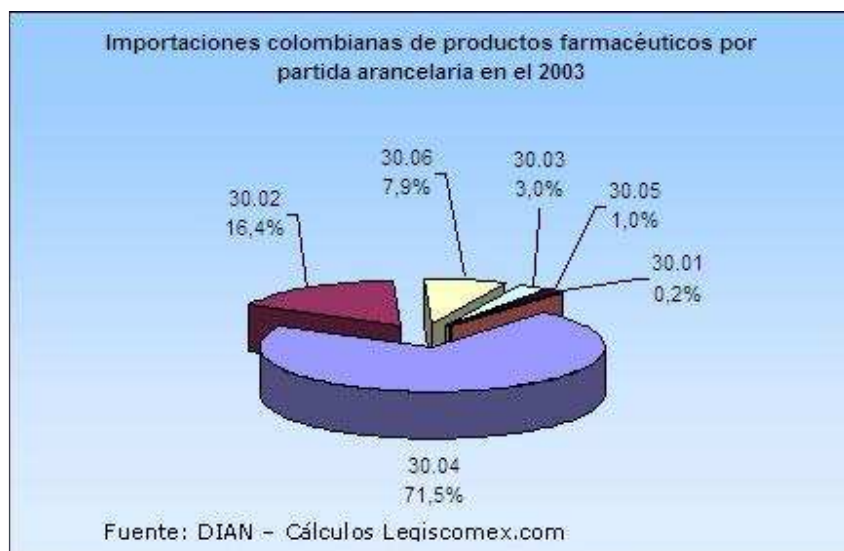
8.6.2 Importaciones

De acuerdo con la grafica 7, en el 2003, las importaciones de estos productos fueron de USD438,3 millones, de acuerdo con datos de la Dirección de Aduanas Nacionales (DIAN) y presentaron un crecimiento anual de 2,1% entre el 2001 y el 2003 al pasar de USD420,3 millones en el 2001 a USD438,3 millones en el 2003.

Medicamentos preparados para usos terapéuticos o profilácticos dosificados para la venta al por menor y sangre humana o de animal, antisueros o vacunas, son los que más importa Colombia y concentran el 87,9% del mercado.²⁶

²⁶Estudio de mercado farmacéuticos. <http://www.legiscomex.com>

Grafico 7. Importaciones colombianas de productos farmacéuticos por partida arancelaria en el 2003



Fuente: DIAN – cálculos Legiscomex. Año 2003

En la grafica 8, se observa que Estados Unidos, México, Alemania, Brasil y Francia son los principales proveedores de las importaciones colombianas de farmacéuticos. Este grupo de países concentra el 48,5% del total del mercado de proveedores en el 2003.

Grafico 8. Principales proveedores de las importaciones colombianas de farmacéuticos en el 2003



Fuente: DIAN – calculos Legiscomex. Año 2003

9. EMPRESAS REPRESENTATIVAS DEL SECTOR FARMACEUTICO

En el valle del cauca se lograron identificar 3 empresas del sector farmacéutico las cuales en los últimos años han logrado desarrollarse y consolidarse como empresas altamente competitivas, lo que les ha permitido ser reconocidas nacional e internacionalmente. Por lo cual se seleccionó un grupo de empresas representativas del sector, con el fin de realizar el presente estudio, estas son: TECNOQUIMICAS S.A.; GENFAR S.A. y LAFRANCOL de las cuales a continuación se realizará una breve descripción:

9.1 TECNOQUIMICAS S.A.

En el año 1934 la compañía fue fundada bajo el nombre Sales Company, y su actividad principal fue importar y comercializar productos químicos y materias primas para la industria farmacéutica.

En 1941 la empresa adquiere la representación de Alka Zeltzer un producto reconocido a lo largo de muchos años.

En el año 1950 se conforma laboratorios Fixalia dando origen a la reconocida empresa productora farmacéutica Tecnoquimicas. Su funcionamiento comenzó en la ciudad Bogotá, trasladándose posteriormente a la ciudad de Cali y desde entonces esta empresa ha sido destacada por entregar a los consumidores medicamentos de buena calidad y con una infraestructura con estándares internacionales.

Entre sus productos se encuentran perfumes, jabones y productos de belleza de diferentes marcas.

En el año 1960 la empresa se destaca por su buen funcionamiento y calidad en sus productos logrando así ser una de las empresas mas reconocidas en el sector farmacéutico.

En 1970 la empresa implementa tecnología para elaboración y desarrollo de productos.

En el año 1980 Tecnoquimicas entra en nuevos mercados como lo son los pañales desechables, productos oftalmológicos, y blanqueadores líquidos.

En los años 1990 Tecnoquimicas comienza a expandirse en el mercado internacional formando sedes y sucursales para la comercialización y elaboración de productos

En el año 2000 la compañía extiende su mercado a productos agrícolas y veterinarios conformando así un gran portafolio de productos, su marca MK fue posicionada en el mercado y sigue en pro de mejorar y avanzar como empresa y con sus productos desarrollando plataformas tecnológicas.²⁷

Actualmente (año 2010), Tecnoquímicas cuenta con relaciones con empresas tanto a nivel nacional como internacional permitiendo así la distribución y fabricación del mercadeo de sus productos, estas empresas son nombradas a continuación:

- Medispray Laboratories Pvt. Ltd.
- Moré Ltda.
- Nutricia Americas Inc.
- Pfizer Italia S.r.L.
- Recordati S.p.A.
- Sigma Tau Industrie Farmaceutiche Riunite S.p.A.
- Takeda Chemical Industries Limited.
- Tootsie Roll Industries Inc., Church & Dwight Co., Inc.
- Clorox de Colombia S.A.
- Dabur Pharma
- Diffucap Eurand S.A.C.I.F.I.
- Foltene Laboratories S.p.A.
- Gador S.A.
- Heber Biotec S.A.
- J. Uriach & Cia. S.A.
- Juste S.A. Químico-Farmacéutica
- Laboratorio Elea S.A.C.I.F. y A.

²⁷ [http:// www.tecnoquimicas.com](http://www.tecnoquimicas.com)

Distribución

Actualmente (año 2010), Tecnoquímicas dispone de regionales en Bogotá, Cali, Medellín, Barranquilla, Bucaramanga y Pereira. A través de este mapa de distribución llega directamente a 27.000 clientes en 600 localidades de todo el país, al 100% de los 1.500 puntos de venta de autoservicios privados y cajas de compensación, al 70% de los 4.000 superetes, al 100% de los depósitos de drogas, al 100% de los mostradores de droguerías en cadena y a 5.000 droguerías independientes. También atiende al 90% de los 4.400 cacharrereros y abarroteros mayoristas existentes, a través de los cuales llega a 160.000 tiendas en todo el país. También sirve a 275 clínicas, EPSs, hospitales y entidades oficiales de Colombia, a 950 distribuidores de productos agroveterinarios y a 330 compañías fabricantes, a las que les suministra empaques. Para atender a estos clientes, Tecnoquímicas ha especializado sus fuerzas de ventas por canal y por grupo de productos y las apoya con avanzados sistemas de información. Complementa su estrategia con distribuidores seleccionados y mediante operaciones tienda a tienda en aquellas ciudades y sectores que estratégicamente lo requieran.

- **Exportaciones**

Como se aprecia en la tabla 5, a nivel internacional la empresa Tecnoquimicas S.A. exportó sus productos en el año 2010 con un valor total de US\$ 9,169,788. En el año 2009 las exportaciones del sector farmacéutico registraron un valor total de US\$19,250,497.84 millones. Con lo cual podemos concluir que existe una disminución en el año 2010 con respecto al 2009 en las exportaciones, por lo cual la materia prima para la elaboración de los productos farmacéuticos está siendo importada de otros países.

Tabla 5. Exportaciones de laboratorios Tecnoquimicas S.A. 2009-2010, FOB US\$ millones:

Año 2009

NIT EXPORTADOR	EMPRESA	Valor FOB
8903170825	Tecnoquimicas S.A.	11,605,463

Fuente: Legiscomex. Año 2009

Año 2010

NIT EXPORTADOR	EMPRESA	Valor FOB
8903170825	Tecnoquimicas S.A.	9,169,788

Fuente: Legiscomex. Año 2010

Como se aprecia en la grafico 9, a nivel internacional la empresa Tecnoquimicas S.A exportó sus productos en el año 2009 principalmente a países como Ecuador, Panamá y Suiza. Siendo Ecuador el país al que más se exporto con un 93% del total de sus ventas hacia el exterior, debido a que Colombia es uno de los principales proveedores de este país.

Grafico 9. Países destino exportaciones Tecnoquímicas S.A. año 2009



Fuente: Legiscomex . Elaboración propia. Año 2009

- **Importaciones**

De acuerdo a la tabla 6, en cuanto a las importaciones de la empresa Tecnoquimicas S.A., en el año 2010 han registrado el valor de US\$ 22,834,470 y para el año 2009 fue de US\$19,250,498. Con lo cual podemos concluir que existe un aumento en el año 2010 con respecto al año 2009 en las importaciones, por lo cual la materia prima producidas en otros países abastecieron la producción del sector farmacéutico.

Con esto se puede resaltar que el valor FOB de las importaciones es mayor al de las exportaciones hasta lo que va corrido del año 2010 y en el año 2009 de igual forma fue mayor las importaciones que las exportaciones; por lo tanto se obtuvo mayor cantidad de materia prima de otros países para abastecer la producción regional

Tabla 6. Importaciones laboratorio Tecnoquimicas S.A. 2009-2010, FOB US\$ millones

Año 2009

NIT IMPORTADOR	EMPRESA	Valor FOB
8903170825	Tecnoquimicas S.A.	19,250,498

Fuente: Legiscomex. Año 2009

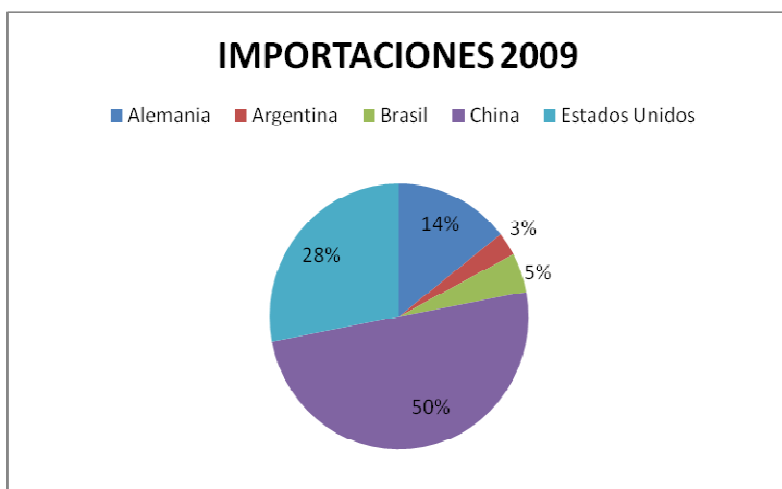
Año 2010

NIT IMPORTADOR	EMPRESA	Valor FOB
8903170825	Tecnoquimicas S.A.	22,834,470

Fuente: Legiscomex. Año 2010

De acuerdo grafico10, la empresa Tecnoquimicas en el 2009 importo sus productos desde los siguientes países: China, Estados Unidos, Alemania, Brasil y Argentina. El país destino de mayor importación en el 2009 fue China representado por un 50%, pues en este país se producen materias primas a bajos costos necesarias para la elaboración de productos fármacos. Además este país es uno de los principales proveedores de Colombia.

Grafico 10. Países destino importaciones Tecnoquimicas S.A. Año 2009



Fuente: Legiscomex. Elaboración Propia. Año 2009

9.2 LABORATORIOS GENFAR S.A.

Laboratorios Genfar es una empresa que fue fundada el 18 de agosto de 1967. Actualmente pertenece a la industria farmacéutica y se considera una empresa líder destacada en el sector por su gran desarrollo en todos sus procesos de producción y tecnología implementada.

Operando en algunos países como: México, Guatemala, Costa Rica, Republica Dominicana, el Salvador, Nicaragua, Honduras, Panamá, Venezuela, Ecuador, Perú, Chile, Paraguay y Colombia. Genfar sigue destacándose por su gran cobertura en el mercado siempre con calidad y satisfacción al cliente.

Su actividad principal es desarrollar, manufacturar y comercializar productos en todas las formas farmacéuticas, líquidos, sólidos, semisólidos, estériles y no estériles de uso humano y veterinario con una amplia gama de productos

Tabla 7. Clientes clasificados por región geográfica

Regionales	Zonas	Departamentos	No. De clientes
Bogotá	10	Cundinamarca, Tolima, Boyacá, Huila, Caquetá, amazonas, Casanare, vichada, meta, Guaviare y Guainía	343
Medellín	5	Antioquia, choco, sur de bolívar, sur de córdoba y sucre	45
Cali	6	Valle, putumayo, cauca, Risaralda, Quindío y caldas	182
barranquilla	8	Norte de bolívar, norte de Córdoba, norte de sucre, atlántico, magdalena, san Andrés, guajira y cesar	198
Bucaramanga	4	Norte de Santander, Santander, Arauca y parte baja del cesar	89

Fuente: <http://www.slideshare.net/nerak17136/genfar> Año 2006

Laboratorios Genfar cuenta con 121 productos, divididos en 11 grupos:

- Antiinfecciosos
- Antihistamínicos
- Cardiovasculares
- Analgésicos y antiinflamatorios no esteroides
- Gastrointestinales
- Hormonas
- Metabolismo
- Piel y mucosas
- Respiratorios
- Sistemas nerviosos
- Vitaminas y nutrientes

Reporta ingresos operacionales de 100.592 millones de pesos. Activo representado el 188.375 millones de pesos. Obtiene el puesto 633 de acuerdo al ranking publicado en mayo 2008 por la revista cambio sobre las primeras 1001 empresas en Colombia. 87 millones de unidades de medicamentos en el 2009.

Política de calidad

Genfar maneja una política de calidad basándose en la ética, responsabilidad social, solidaridad y flexibilidad, se caracteriza por ser una empresa que maneja calidad en sus productos y procesos, efectividad, e innovación.

- **Exportaciones**

Como se aprecia en la tabla 8, a nivel internacional la empresa Genfar S.A. exportó sus productos en el año 2010 con un valor total de US\$22, 063,857. En el año 2009 las exportaciones del sector farmacéutico registraron un valor total de US\$28,448,439 millones. Con lo cual podemos concluir que existe una disminución en el año 2010 con respecto al 2009 en las exportaciones, por lo cual la materia prima para la elaboración de los productos farmacéuticos está siendo importada de otros países.

Tabla 8. Exportaciones de laboratorios Genfar S.A. 2009-2010, FOB US\$ millones:

Año 2009

NIT EXPORTADOR	EMPRESA	Valor FOB
870016441	Genfar S.A.	28,448,439

Fuente:Legiscomex. Año 2009

Año 2010

NIT EXPORTADOR	EMPRESA	Valor FOB
870016441	Genfar S.A.	22,063,857

Fuente:Legiscomex. Año 2010

- **Importaciones**

De acuerdo a la Tabla 9, en cuanto a las importaciones de la empresa Genfar S.A., en el año 2010 han registrado el valor de US\$ 20,778,964 y para el año 2009 fue de US\$14,674,471.12. Con lo cual podemos concluir que existe un aumento en el año 2010 con respecto al año 2009 en las importaciones, por lo cual la materia prima producidas en el extranjero abastecieron la producción del sector farmacéutico.

Con esto se puede resaltar que el valor FOB de las importaciones es mayor al de las exportaciones hasta lo que va corrido del año 2010 y en el año 2009 fue mayor las exportaciones que las importaciones; por lo tanto se obtuvo mayor cantidad de materia prima de otros países para abastecer la producción regional en el 2010.

Tabla 9. Importaciones de laboratorios Genfar S.A. 2009-2010, FOB US\$ millones:

Año 2009

NIT IMPORTADOR	EMPRESA	Valor FOB
870016441	Genfar S.A.	14,674,471.12

Fuente:Legiscomex. Año 2009

Año 2010

NIT IMPORTADOR	EMPRESA	Valor FOB
870016441	Genfar S.A.	20,778,964

Fuente:Legiscomex. Año 2010

Importaciones

De acuerdo al grafico 11, Laboratorios Genfar en el 2009 realizo importaciones de los siguientes países: Suiza, Alemania, Argentina, China, Estados Unidos. Siendo Suiza con un 53% el país destino de mayor importación, ya que de este país se importan las materias primas, productos químicos y farmacéuticos, pues cuentan con altos estándares de calidad. Además de tener acuerdos comerciales con este país.

Grafico 11. Países destino importaciones Genfar S.A. Año 2009



Fuente: Legiscomex. Elaboración Propia. Año 2010

Exportaciones

Según el grafico 12, Laboratorios Genfar realizo sus principales exportaciones en el 2009 a los siguientes países: Guatemala, Chile, Bolivia y Mexico.

Hacia Chile fue el país a donde se realizaron las mayores exportaciones en el año 2009 por el laboratorio Genfar S.A., con ventas en medicamentos genéricos.

Grafico 12. Países destino exportaciones Genfar S.A. año 2009



Fuente: Legiscomex. Elaboración propia. Año 2010

9.3 LABORATORIOS LAFRANCOL S.A.

LAFRANCOL S.A. comienza en 1911 al identificar la necesidad del cuerpo médico de tratar con métodos más seguros y efectivos las enfermedades reconocidas como de mayor frecuencia en la población. De esta forma inicia la importación de medicamentos desde Europa y la representación de compañías multinacionales entre las cuales se encontraban la Unión Química Belga (UCB), Hoffman La Roche, Carlo Erba Spa y Laboratorios Debat.

A principios de la década de los cuarenta la organización, comprometida con el desarrollo económico del país decide iniciar un proceso de industrialización con la producción de medicamentos de calidad y altamente confiables. Se establece así la primera planta farmacéutica del país.

De esta forma LAFRANCOL S.A. comienza su oferta de medicamentos brindando al médico colombiano la primera línea de productos de la más alta calidad

desarrollados y fabricados en Colombia sin los altos costos que implicaba la comercialización de los productos importados.

Este laboratorio ha ido creciendo sostenidamente durante casi 100 años alcanzando una posición de liderazgo en la industria farmacéutica nacional, tanto por su volumen de ventas como por su imagen de calidad.

Para un mejor posicionamiento la empresa tiene su sede en Bogotá, en donde se encuentran las áreas de gerencia, dirección médica y las directivas de ventas y mercadeo.

La planta de producción se ubica en la ciudad de Cali, cumple con estándares de las "Buenas Prácticas de Manufacturas", contando con personal altamente calificado y comprometido con los más rigurosos procedimientos de calidad y servicio, lo que permite afirmar que los productos LAFRANCOL se elaboran en una de las plantas de mayor nivel de calidad en el país y con plena proyección internacional.

Líneas de negocios

La dinámica y evolución alcanzada por LAFRANCOL en el mercado farmacéutico Colombiano en los últimos años se ha logrado con la estructuración de las siguientes unidades de negocio.

Productos de marca

Productos genéricos

Productos de consumo

Ante la oportunidad de nuevos medicamentos de venta libre, LAFRANCOL decidió posicionarse estratégicamente en este campo.

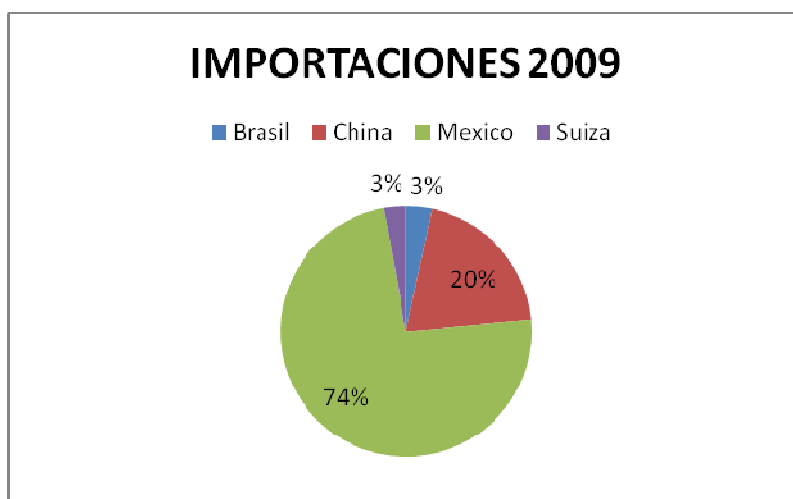
En la tabla 10 observamos que laboratorios Lafrancol en el año 2009 registro unas importaciones de US\$ 2,334.077. Lo cual quiere decir que se esta realizando importaciones de materias primas que se requieren para la elaboración de los productos farmacéuticos. También podemos concluir que este laboratorio no presenta exportaciones porque se encuentra en concordato. Además porque esta empresa se ha distinguido por ser una empresa que abastece con preferencia el mercado nacional.

Tabla 10. Importaciones Laboratorios Lafrancol S.A 2009, valor FOB US\$ millones

NIT IMPORTADOR	EMPRESA	VALOR FOB US\$
8150039122	Lafrancol	2,334.077

Fuente: legiscomex. Año 2009

Grafico 13. Países destino importaciones Laboratorios Lafrancol S.A. Año 2009



Fuente: Legiscomex. Elaboración propia. Año 2010

CONCLUSIONES

La caracterización del sector farmacéutico sirve para revisar diferentes entornos como el entorno funcional, ambiental, organizacional y tecnológico, que pueda tener una industria, esta caracterización contribuye a tener un diagnóstico del sector. El resultado que se obtiene con la caracterización es poder orientar para definir un diseño donde se logre mejorar en lo que se esta fallando y permanecer en lo que esta contribuyendo positivamente al progreso de dicha industria.

Para las empresas es importante tener claro el origen y el destino de las importaciones y exportaciones ya que estas se diversifican, pues a medida que se establecen nuevos negocios comerciales el mercado se amplía y sus objetivos varían ya que deberán atender nuevos mercados estableciendo sus nuevas relaciones comerciales.

Existe una tendencia global hacia el incremento de dos aspectos fundamentales en el sector farmacéutico: 1) investigación y desarrollo, 2) manufactura y ventas, pues de estos dos aspectos fundamentales depende el crecimiento que el sector pueda tener y la innovación con la que pueda atender el mercado Colombiano los próximos años.

Las exportaciones han sido una tendencia que ha marcado el sector farmacéutico, pues, las empresas nacionales se han preocupado por entrar y mantenerse en el mercado exterior logrando así consolidar sus exportaciones con los países que han establecido relaciones comerciales, esto se debe al buen manejo que las empresas le han dado a las prácticas de manufacturas y sus estrategias de ventas. El objetivo que se quiere lograr es buscar la internacionalización y penetrar nuevos mercados.

En Colombia se espera un incremento en el total de ventas de los medicamentos como consecuencia del aumento en la demanda interna gracias a que el sector farmacéutico cuenta con una mayor cobertura en los programas de salud y por incremento en la demanda externa que surge por la incursión de las empresas nacionales en los mercados internacionales a través de las buenas practicas manufactureras.

El gasto en salud ha registrado un crecimiento del 70% en los últimos 5 años. Esto corresponde al 8.5 % del PIB convirtiéndose Colombia en el cuarto país en la región con el más alto gasto en salud como porcentaje del PIB.

RECOMENDACIONES

Regular los precios de venta en el mercado nacional de los medicamentos genéricos importados, ya que se está generado un impacto negativo pues los laboratorios nacionales no pueden competir con estos precios.

Los laboratorios farmacéuticos deben estar informándose sobre las tendencias que existen a nivel global, de tal manera, que facilite la evaluación de nuevos mercados objetivos. Esto se lograra manejando alta calidad en sus productos y manteniendo una estabilidad continua en el mercado.

Mejorar los aspectos normativos como: la estandarización de mecanismos, procedimientos y control de calidad para lograr un buen posicionamiento en el mercado, tanto nacional como internacional.

Aumentar actividades de investigación y desarrollo con el fin de eliminar la dependencia que se tiene con las multinacionales en cuanto a adelantos tecnológicos y científicos.

Tener claramente identificadas las debilidades y fortalezas para manejar un buen desempeño empresarial, pues estas permiten mejorar lo que está mal y permanecer en lo que está generando beneficios.

BIBLIOGRAFÍA

bitacorafarmaceutica.wordpress.com/**laboratorios/tecnoquimicas-co/**

DANE, Departamento Administrativo Nacional de Estadística, Cuentas Nacionales Departamentales, marzo de 2009- 2010.

EL TIEMPO.COM. Archivo [en línea]. [Citado 19 de Mayo de 2010]. Disponible en la pág. <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-4075480>

EL TIEMPO.COM. Noticias Colombia-Occidente. [en línea]. [Citado 28 de Mayo de 2010]. Disponible en la pág. http://www.eltiempo.com/colombia/occidente/ARTICULO-WEB-PLANTILLA_NOTA_INTERIOR-6963649.html

www.legiscomex.com

SALVADOR, Osvaldo Brand, Diccionario de Economía, Apesal, Volumen 8, Colombia 1984. P. 144 – 367- 499

RUGMAN, Alan M y HODGETTS, Richard M. Negocios Internacionales. Un enfoque de administración estratégica. Mc Graw Hill. Mexico . 1997. P. 681

WILLIAM J. Stanton, Michael j. Etzel, Bruce J. Walker, Fundamentos de marketing, 13a edición, Mc Graw Hill, Mexico, 2004, G-8 – G-10

HUGHES, Mercadotecnia, Planeación estratégica, Un enfoque de administración estratégica, Addison-wesly iberoamericana, Wilmington, Delaware, USA, 1986, P.650

ARMSTRONG, kotler. Marketing. Octava edición. Prentice Hall. Mexico.1999.G-8

ANDERSON, Sweeney. Williams, Estadística para Administración y Economía, Octava edición, Math Learning, México, 2005, P. 14

Resultados preliminaras de la economia dominicana [en línea]. Republica Dominicana: Banco central Republica Dominicana, 2010 [Consultado el 10 de enero de 2011]. Disponible en Internet en:

http://www.bancentral.gov.do/publicaciones_economicas/infeco_preliminar/infeco_preliminar2010-09.pdf

REPORTAJE El sector farmacéutico se concentra Adquisiciones y fusiones renuevan una compleja industria en busca de reducir costes y añadir productos por CARLOS SCHWARTZ 26/11/2006 [en línea]. Colombia, 2006 [Consultado el 5 de enero de 2011]. Disponible en Internet en:

http://www.elpais.com/articulo/empresas/sectores/sector/farmaceutico/concentra/el_pepueconeg/20061126elpnegemp_1/Tes

Articulo,Farmaceutico [en línea]. Colombia, 2010 [Consultado el 8 de noviembre de 2010]. Disponible en Internet en:

http://www.dinero.com/wf_ImprimirArticulo.aspx?IdRef=20560&IdTab=1

Articulo Clasificación de la investigación por.: Alba Lucía Marin [en línea]. [Consultado el 13 de noviembre de 2010]. Disponible en <http://www.encyclopedia.humanet.com.co>

Articulo Corficolombia. Investigaciones economicas. Sector farmaceutico colombiano. Adriana Bustamante. Colombia, 2007. [en línea] disponible en Internet en

<http://www.corficolombiana.com.co/webcorficolombiana/Repositorio/archivos/archivo326.pdf>

Documento sectorial. Agenda interna para la productividad y competitividad. Colombia, 2007 [en línea] disponible en Internet en: http://comisionesregionales.gov.co/informacion_sectorial/farmaceutica.pdf

Sector farmaceutico en Colombia [en línea]. Colombia, 2008 [Consultado el 3 de agosto de 2010]. Disponible en Internet en:

<http://www.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo5709DocumentNo7934.PDF>

Sector farmaceutico en Colombia [en línea]. Colombia, 2008 [Consultado el 3 de agosto de 2010]. Disponible en Internet:

<http://www.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo5709DocumentNo7934.PDF>

<http://diplomadofacea.iespana.es/coinvertir.htm>

Comunicado de prensa. DANE. Colombia, 2010. [en línea.] disponible en Internet en:

<http://www.dane.gov.co>

www.tecnoquimicas.com.co/

<http://www.lafrancol.com/Espanol/Organizacion.htm>

www.genfar.com

